

- CONSUMER BEHAVIOR

- PURCHASING - DECISION MAKING

**ANALISIS TANGGAPAN KONSUMEN ATAS PROMOSI PENJUALAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OBAT NYAMUK BAKAR  
DOMESTOS NOMOS DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**

KK  
B 45/05

Hare  
a



**MILIK  
PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA**

**DIAJUKAN OLEH :**

**TONY BAGUS HARTANTO  
No. Pokok : 049811961/E**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2004**

**SKRIPSI**

**ANALISIS TANGGAPAN KONSUMEN ATAS PROMOSI PENJUALAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OBAT NYAMUK BAKAR  
DOMESTOS NOMOS DI SURABAYA**

**DIAJUKAN OLEH :**

**TONY BAGUS HARTANTO**

**No. Pokok : 049811961/E**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING,**



**TANTI HANDRIANA, S.E., M.Si.**

26 - 8 - 2004

**TANGGAL.....**

**KETUA PROGRAM STUDI,**



**Prof. Dr. H. AMIRRUDDIN UMAR, S.E.**

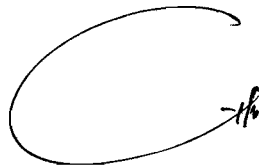
30 - 8 - 2004

**TANGGAL.....**

Surabaya, 24 - 6 - 2004

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

**Dosen pembimbing**

A large, stylized handwritten signature in black ink, consisting of a large 'C' shape followed by a small 'th'.

**TANTI HANDRIANA, S.E., M.Si.**

## ABSTRAKSI

Pemikiran yang berorientasi pasar merupakan kebutuhan yang tidak dapat dielakkan lagi pada saat ini. Bagi sebagian perusahaan, promosi penjualan menjadikan suatu pilihan yang menarik, sebagai alat untuk mendorong keputusan pembelian konsumen. Melalui penganalisisan tanggapan konsumen atas promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang dipromosikan akan memudahkan pihak perusahaan untuk menyusun berbagai strategi pemasaran dengan lebih efektif dan efisien sesuai dengan keinginan konsumen.

PT. Unilever Indonesia sebagai salah satu produsen consumer goods terbesar di Indonesia kiranya perlu mengetahui sejauh mana tanggapan konsumen pada promosi penjualannya, khususnya promosi penjualan produk obat nyamuk bakar Domestos Nomos. Dan apakah tanggapan konsumen tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terutama di daerah Surabaya. Tanggapan konsumen terhadap promosi penjualan obat nyamuk bakar Domestos Nomos dalam penelitian ini diartikan sebagai penilaian konsumen terhadap premi/hadiah, *POP Display*, dan paket harga yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Surabaya.

Pengukuran variabel penelitian ini menggunakan skala ordinal 1- 5 yang telah dikuantifikasikan untuk keperluan perhitungan dengan teknik regresi linier berganda dengan jumlah responden 100 orang. Dari hasil analisis diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,122 + 0,373X_1 + 0,248X_2 + 0,342X_3$$

Dari persamaan regresi diatas menunjukkan adanya pengaruh tanggapan konsumen atas promosi penjualan yang terdiri dari premi/hadiah, *POP Display*, dan paket harga terhadap keputusan pembelian obat nyamuk bakar Domestos Nomos di Surabaya. Dari hasil analisis tersebut diperoleh koefisien korelasi berganda (*multiple R*) sebesar 0,715 dan koefisien determinasi keseluruhan ( $R^2$ ) sebesar 0,511. Melalui uji F diperoleh hasil yang signifikan antara tanggapan konsumen atas promosi penjualan terhadap keputusan pembelian obat nyamuk bakar, serta diperoleh nilai *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,495. Dari uji t yang dilakukan terbukti bahwa variabel tanggapan konsumen atas promosi penjualan yang merupakan variabel bebas secara parsial juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan dari hasil *coefficient standardized beta* diperoleh nilai beta yang paling besar adalah premi/hadiah. Dengan hasil tersebut dapat diketahui bahwa tanggapan konsumen atas premi/hadiah memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan pembelian obat nyamuk bakar Domestos Nomos di Surabaya.